

VÁLASZTÁSI KÜZDELEM – VERSENY NÉLKÜL

*Szemponatok a 2010-es
választási kampány politikai szociológiai leírásához*

Kéri László

(tudományos főmunkatárs, MTA Politikai Tudományok Intézete)

ÖSSZEFOGLALÓ

A 2010-es magyarországi választásokat megelőző kampányidőszak tapasztalatai minden lényeges szempontból különböztek a korábbi, öt hasonló kampányétól. A 2009. júniusi, uniós választásokon aratott elsöprő Fidesz-győzelem utáni hosszú hónapok során az erőviszonyok érdemben már nem változtak, ezért az elsöprő többség már teljesen biztosra vette a leendő győztes kilétét. Még a rivális pártok lehetséges szavazói is.

Jórészt ennek köszönhetően a 2010-es kampányból éppen a megszokott, legfontosabb elvárt elem hiányzott: a versengés éltető mivolta. A korábbi alkalmakkor éppenséggel a kiélezett versengés miatt fordult a hazai média egésze kitüntettet figyelemmel a kampányesemények felé, s tette át- és megélhetővé a választások tétjét, milliók számára. Mindezek következtében maga a hiány, a versengés és az összemérhetőség hiányának okán az idei választások előtti hetekben korábban kevésbé fontosnak tartott kérdések juthattak középponti szerephez. Három kérdés uralhatta a 2010-es kampány heteit: 1. Lesz-e az új parlamentben kétharmados többsége a Fidesznek? 2. Ki lesz a második, azaz a leendő ellenzék vezető ereje? A szocialisták, vagy a feljövőben lévő radikális jobboldal? 3. Mi lesz a kisebb pártokkal, melyikük lesz alkalmas az 5%-os küszöb átlépésére?

A januártól áprilisig tartó időszaknak e főnti dilemmák lettek a középponti kérdései, s a tanulmány részletesen leírja, hogy milyen politikai dramaturgia adódott részben a hiányok miatt, részben pedig a másodrendű kérdések dominanciája okán? Kiinduló hipotézisünk és végső mondanivalónk lényege is abban foglalható össze: milyen a kampány, amikor nincs verseny, s nincs valós tét?

Kulcsszavak: kampány ■ választások ■ magyar pártrendszer ■
média és politika ■ politikai versengés

Ne mondj nagyot. Mondj kicsit.

Legalább valami mérhetetlent.¹

(Tandori Dezső)

2010 első hónapjaiban a korábbiakhoz képest merőben szokatlan kampánynak lehetett tanúja a hazai választóközönség. E tanulmányban megkíséreljük áttekinteni mindazokat a fontosabb tényezőket, amelyeknek köszönhetően e kampányban eleddig ismeretlen összefüggések figyelembe vételével voltunk kénytelenek tájékozódni, s az eredmények kialakulását értelmezni.

A KAMPÁNYT MEGHATÁROZÓ TÉNYEZŐKRŐL

Az elmúlt húsz év valamennyi magyar választási kampányának megvolt az az egyedi, csakis az adott időszakra nézve meghatározó jelentőségű tényező-együttese, amelyre a kampányok elemzésekor legalább olyan mértékben kellett figyelemmel lenni, mint az általában érvényes összefüggéseikére.² A 2010-es kampány azonban még a korábbiakhoz képest is különlegessé vált, mert alakulását olyan belpolitikai folyamatok vették körül, amelyekhez hasonlókat 1990 óta egyetlen egyszer sem tapasztalhattunk. E folyamatok közül két, egymással szoros kapcsolatban lévő jelenség inkább a hiányával hatott ki a kampány egészének alakulására. S e hiányok következtében pedig két másik olyan összetevő vált elsődlegesen meghatározóvá, amelynek a korábbi kampányok idején nem volt sorsdöntő jelentősége. A kampány hónapjait döntő mértékben befolyásoló négy tényező lényegét nagy vonalakban az alábbiakban összegezhethetjük:

A 2010-es választások leendő győztesének kiléte a választópolgárok elsöpörő többsége számára legalább egy évvel korábban ismert volt, hiszen – a rendszeresen közzétett közvélemény-kutatási adatok szerint – már azok is a Fidesz győzelmét várták, akik egyébként nem erre a pártra kívántak szavazni. E várakozásokat még inkább felerősítették a 2009. júniusi uniós választások eredményei, mert ezt a megmérettetést a Fidesz már olyan fölényrel nyerte meg, amelyen a hátra maradt kilenc hónap során a riválisai aligha lettek volna képesek változtatni. Halovány izgalmakat legfeljebb az válthatott ki, ha e párt támogatottságát néhanapján 60 % alattinak mérték, s ellenfelei némelyike netán a 20%-ot meghaladó – egyébként meglehetősen illékonnak bizonyult – népszerűsége tette szert.

Mindennek következtében a választásokat közvetlenül megelőző utolsó két hónapban – a kampányok hagyományosan nagy figyelmet kiváltó heteiben – hiányzott a legfontosabb összetevő felhajtó erő: *a kiélezett verseny léte*. Hiányzott a váratlan fordulatok erejébe vetett hit mozgósító/figyelem felkeltő ereje. Hiányzott a fontos kérdések alapján történő összemérhetőség lehetősége, mert a versengő feleket nem lehetett egyenrangúnak tekinteni. Eme hiány jelentőségét azért is kell külön kiemelni, mert 1998 óta – azaz, a legutolsó három kampány során – éppen a szoros verseny volt az a tényező, amely elemi módon meghatározta a kampány során felhasznált eszközök, szokások, eljárások rendjét és hasznosságát. Tömören mondva, mind a választók, mind a pártok, mind pedig a média ahhoz szokott hozzá, hogy hazánkban a kampány mindenekelőtt a kiélezett versengés időszaka, a legutolsó pillanatokig eltartó utcai, plakát- és médiaküzdelem ideje.

Az említett két tényezőnek köszönhetően a kampány hivatalos kezdetekor a hazai politikai elemzések és médiabéli visszhangjaik legfontosabb kérdésévé a várható Fidesz-győzelem *mértéke* vált. S a szakértők és a pártok ezt a mér-

ték-problémát úgy fordították le a maguk nyelvére, hogy újabb és újabb hullámokban megpróbálták számot vetni a leendő győztes kétharmados parlamenti többségének várható következményeivel. Ezáltal a kampányok megszokott logikája is felborult, mert az év első hónapjaiban az elemzők nem annyira a versennyel – hiszen ilyen nem is volt -, hanem inkább annak a – leginkább csak találgatható – *következményével* foglalatoskodtak. S ahogyan közeledett az április, úgy hatalmasodott el a médiában mindinkább az a megközelítés, miszerint a választások egyetlen érdemi kérdése csupán az lehet, hogy: mit fog tenni a Fidesz a maga kétharmados többségével?

S egy nagyarányú győzelem előzetes elfogadásával alárendelten vált másodlagos kampánytémává a majdani ellenzék lehetséges összetételének kérdése. Mely pártok kerülhetnek egyáltalán be a parlamentbe, s ezek – akár együtt, akár külön-külön is – alkalmasak lehetnek-e majd a leendő parlamenti ellensúly szerepére? Tulajdonképpen ez utóbbi kérdés lett 2010 kora tavaszának legnehezebben értelmezhető jelensége, mert egyidejűleg többféle talányt is jelentett. Részben azt a küzdelmet, amelyet a szocialisták folytattak a Jobbikkal a „második legerősebb párt”, – pozíciójáért. Részben pedig azt a talányt, hogy a régebbi és az újabban megalakult kispártok közül a versenyfutás végén melyik/melyek lesznek alkalmasak a parlamenti küszöb elérésére.

E tényezők együttesen formálták, és folyamatosan alakították a kampány körüli hatalmi és közéleti teret, de magát a választási folyamatot különféleképpen érintették.

A KAMPÁNY FŐSZEREPLŐI ÉS A MEGHATÁROZÓ TÉNYEZŐK KAPCSOLATA

A média szelektív figyelme, a pártok kampány-erőfeszítései, a valamint a választásokon végül is aktívan résztvevő több millió állampolgár hozzáállása az a három alapvető összetevő, amelynek összhangján, ellentétein, illeszkedésén és súrlódásain múlik egy-egy kampány sorsa. Egy hosszabb kitérő erejéig érdemes tehát megvizsgálnunk, hogy a főtebb vázolt tényezők 2010 tavaszán hogyan befolyásolták az alapvető szereplők viselkedését.

A média dilemmái a 2010-es kampány során

Az elmúlt tizenkét év kampányai során a média lehetséges szerepkörét mindekenélőtt a választások napjáiig tartó fej-fej melletti küzdelem határolta körül. A napi hír- és kommentárfolyam legfontosabb eseményei azok lehettek, amelyeknek érdemben volt esélyük a versengés befolyásolására. E gladiátor-küzdelem szünet nélküli dokumentálására rendezkedett be a média szinte minden fontosabb szegmense, ez az igény határozta meg a szerkesztőségi munkát, a hírek fontossági sorrendjét, a megszólaltatni kívánt személyek körét stb. A kereskedelmi médiumok roppantul kedvelték ezt az állapotot, mert a nagymér-

tékben bulvárosodott hazai média így nem volt kénytelen megtörni a szóráskoztató jellegű műsorok dominanciáját. A szoros verseny eleve folyamatosan produkálja az izgalmas pillanatokat, megállás nélkül fenntartja a szélesebb közönség figyelmét, s ilyen körülmények mentén a politikai főszereplők különbözőféle lépései sokkal könnyebben foglalhatóak össze szappanopera-szerű történetekké. A médiának egyébként is botrányközpontú része ilyen időkben úgyszólván számolatlan mennyiségben kaphatja meg a maga nyersanyagát, minthogy a pártok maguk is rendkívül érdekelték a riválisaikkal megeső kedvezőtlen események előállításban. Mindez fokozottan igaz a hagyományosan közszolgálatinak tekintett médiumok közül azon hírműsorokra, melyeket a korábbi működésük alapján már a nézők egyébként is valamely politikai erőhöz szorosabban kötődőnek gondolhattak. A kampány nyolc-tíz hetében a közéleti lapok, műsorok, csatornák is kényszerűen bulvárosodnak el abban az értelemben, hogy ők is a botránypolitizálás kitüntetett szerzői, értelmezői, továbbbító, felerősítői lesznek. A pártok kampánystratégiáit kidolgozó agytrösztök e működési törvényszerűségekkel nagyon is tisztában vannak, s ezért a gondosan felépített botrányoknak legtöbbször még a pontos időzítése is a könnyörtelen versengés szerves összetevőivé váltak. Kialakult egy olyan, meglehetősen szövevényes kölcsönhatás, amelyben a média árgus szemmel figyelte a versengést; pontosan könyvelte a küzdelem állásának valamennyi állomását; a pártok pedig megpróbálták a média hatásmechanizmusának logikai keretei között gondolkodni. A kampány forróbb heteiben a pártok igyekeztek mindekelőtt médiaeseményeket produkálni; a média pedig kitüntetett figyelemmel jutalmazta a leglátványosabb, legszaftosabb ötleteket. A legsikeresebb akciók abból kerekedhettek ki, amikor e kétféle – és kétirányú – törekvés egymást pillanatokon belül felerősítette. Nem kétséges, hogy mindez alapos média- és tömeglélektani ismereteket, páratlanul hatékony informális kapcsolati hálót igényel, s az évezred első évtizedében a legnagyobb pártok képesek voltak e különleges adottságok intézményesítésére.

Az elmondottak nagy része azonban a 2010-es kampány idején meglehetősen nagy-nagy megszorításokkal volt csak érvényes, ami a valódi verseny híján egyáltalán nem volt meglepő. Nagy valószínűséggel állíthatjuk, hogy az idei kampányt elsősorban ennek köszönhetően nevezték unalmasnak, s az elmúlt két évtized legérdektelenebbjének, amiben nem történt szinte semmi érdekes, semmi emlékeztető. (Ezt a hangulatot – bő két héttel a választások első fordulója előtt – meglehetősen tömörséggel foglalta össze az ország egyik legfoglalkoztatottabb reklámszakembere: „Annak ellenére, hogy az elemzők és az ország várta a megszokott kommunikációs ütközetet, viszonylagos szélcsend uralkodik. A szerepek leosztva, már csak arra vár mindenki, hogy hivatalosan is elrendezzék azt, ami az emberekben megszületett és beiktassák az új miniszterelnököt. Az emberek döntése tehát elsősorban következmény, nem reakció egy kampányra, nem válasz a különböző pártok kommunikációs üzeneteire. A pártok mindegyi-

ke megtanult profi kampányt készíteni, de a politikai termékek attól még olyanok, amilyenek.”³⁾

A szakírók joggal állapíthatták meg, hogy a korábban megszokott egymásra licitálás helyett ezúttal a semmitmondás és a konkrét ígéretektől való kínos tartózkodás vált elfogadott gyakorlattá. Ez az óvatosság, a kockázatok minimalizálása mindenekelőtt a Fidesz érdekeinek felelt meg, de – szélesebb értelemben – körülhatárolta a többiek lehetőségeit is, mivel a küzdelemből kiiktatódott az érdemi vita. A médiát ezen belül is különösen komoly veszteségként érintette a miniszterelnök-jelöltek nyilvános vitájának elmaradása, mert 1998 óta ez volt az az esemény, amelyet kivétel nélkül mindig többmillió nézettség/hallgatottság övezett. Ez volt az a csúcspont, amely azért is kivételes jelentőségű volt, mert a versengés végeredményét is komolyan befolyásolhatta. Előtte és utána számtalan esélylatolgatás, jóslat, összehasonlítás, közvélemény-kutatói mérések tömege tette még inkább páratlanul látványos kampányeseményné a vitát. (A HVG szakírója szerint ez a hiányosság kihatott a választási folyamat minőségére is: „...a jelek szerint a miniszterelnök-jelöltek vitája is elmarad, a választók már a kampány hátralévő idejében sem igen kapnak újabb támpontokat a racionális döntéshez. Így viszont egyre nagyobb teret kaphat a választók érzelmi alapon való győzködése, meggyőzése.”⁴⁾

A verseny elmaradása természetesen depolitizálta is a koratavaszi hónapokat, mert a kampányban ezúttal a botrányoknak összehasonlíthatatlanul kisebb szerep jutott, mint négy, vagy nyolc évvel korábban. Az erőteljesen célzott és végiggondolt botrányok legtöbbször tulajdonképpen „háziversenynek” is minősíthetjük abban az értelemben, hogy az említésre érdemes esetek többsége a politikai paletta jobboldalán belüli konfliktusként keletkezett. A Fidesz február végén kezdte érzékelni, hogy a Jobbik váratlanul növekvő népszerűsége elérte azt a küszöbértéket, amelytől kezdve már ez a párt jelentheti a remélt kétharmados győzelemmel szembeni legkomolyabb kihívást. S az addigi tartózkodó, konfliktusokat elkenő Fidesz-magatartás pillanatokon belül megváltozott, a jobboldali média meghatározó jelentőségű, leghatásosabb tényezői botrányok sorozatát robbantották rá a Jobbik különféle politikusainak a fejére. A két tábor médiaosztagai, internetes portáljai között váratlan hevesességű politikai küzdelem kezdődött, amelyben a Fidesz-közeliek fórumok összehasonlíthatatlanul hatékonyabb tényezőkként működtek, mint ellenfeleiké. (A kép teljesebbé tételéhez azonban az a tény is hozzátartozik, hogy ezekben a hetekben a jobboldali térfélen meglehetősen nagy – többszázazres – volt annak a rétegnek a mérete, amely ingadozott a Fidesz és a Jobbik közötti választását illetően.)

A kampány legutolsó pillanataira maradt egy olyan – klasszikusnak mondható – botrány-tantörténet, amely minden lényeges mozzanatában emlékeztetett a 2006-os választásokat megelőző hetek tipikus – és a szocialisták szempontjából egykoron igen sikeres – kampánybotrányára: az ú.n. Kubatov-ügy.⁵⁾ S hogy ebből mégsem kerekedett ki olyan erejű politikai konfliktus, amely a

várható választási eredményekre bármiféle hatást gyakorolhatott volna, annak magyarázatához szükséges legalább futólag szemügyre vennünk mindazokat az elemi erejű változásokat, amelyeken a hazai média szerkezetének egésze az elmúlt néhány évben átesett. Ezúttal csak a lényeges mozzanatra koncentrálva, elegendő annyit megemlíteni, hogy a magyar médiában korábban természetesnek gondolt baloldali/liberális dominancia a hasonló összetételű kormányzati évek során meglepően szűk körökre szorult vissza. S ez a háttér már nem bizonyult kellően hatékonynak ahhoz, hogy a kampány finisében a szóban forgó botrány következményei a közvélemény egészére is számottevő befolyással lehessenek.⁶

A média tehát az elmaradt verseny következtében – a korábbiakhoz képest – merőben másféle körülmények hatása alatt fejthette ki kampánybéli aktivitását. Előtérbe kerültek – a már a bevezetőben körvonalazott – egyéb tényezők. A Fidesz várhatóan elsöprő győzelméből adódó kérdések, talányok, találgatások sokszínű világa, illetőleg a leendő ellenzék összetételének, s a versengő kispártok bejutási esélyeinek folyamatos latolgatása töltötte ki a kitüntetett kampányfelületeket. Ami azt illeti, ezek sem voltak kevésbé lényegesek, csak-hogy médiabeli tálalásaik a korábbiakhoz képest merőben másféle – gyakran egészen újszerű – megjelenítést igényeltek.

Pártok és média viszonya a kampány során

1. A Fidesszel nem volt könnyű dolga a médiának

Ez a párt korábban is híresen fegyelmezetten őrködött a háza tájáról megtudható információk fölött, és kívülről nehezen feltörhető kommunikációs jelenségként viselkedett. A kampány idején mindez fokozottan érvényesült, a médiában ezért mérhetetlenül felértékelődött mindenféle harmadkézből származó kiszivárogtatás, sejtetés, félig ellenőrzött információ és olyan találgatás, amely a Fidesz jövőbeni elképzeléseit érintette. A párt vezetése mindezen bizonytalanságokat nagy tudatossággal irányította, és legfontosabb elképzeléseit szinte cseppenként adagolva hozta a közvélemény tudomására. A kampány első időszakában fokozatosan tették lehetővé a majdani kormányzati szerkezet jelentősebb elemeinek megismerhetőségét, de sohasem olyan konkrétan, ami alkalmat teremthetett volna az érdemi/szakszerű kritikák megalapozott kifejtetőségére. A tévék, rádiók mikrofonjai előtt, a komolyabb kvalitásokkal rendelkező hetilapok riportereinek kérdéseire, a Fidesz legfelsőbb vezetői mindig csak éppen annyit mondtak el, amivel legfeljebb megerősítették mindazt, ami a legelterjedtebb találgatások nyomán az adott fázisban már amúgy is köztudott volt. A kampány középső időszakában lépésről lépésre nevek is kezdtek társulni a körvonalazódó kormányzati szerkezet kulcspozícióihoz, s a befejező szakaszban mindez összeért a legfontosabb programpontok vázaltszerű megismertetetőségével. Mindez a médiát korábban nem tapasztalt szívósságú

nyomozó munkára kényszerítette, s az ország legfelkészültebb szakíroit so-
raikban tudó minőségi hetilapok szerkesztősegei is csak annyit tehettek, hogy
időről időre megpróbálták – szokatlan terjedelmű – összefoglaló anyagokban
közreadni mindazt, amit a leendő Fidesz-kormányzás programjáról, szerkeze-
téről, s várható személyi összetételéről az adott időpontig sikerült megtudni-
uk.⁷ Mindezzel némileg párhuzamosan zajlott egy olyan vita is, ami ugyan
szintén a Fidesz várható győzelmének tényéhez, annak páratlanul magas ará-
nyához, s az ebből adódó kétharmados többség problémájához kapcsolódott.

A kétharmados többség, mint kampánytéma – az időt tekintve – nagy vo-
nalakban, három hullámban jelentkezett a médiában. Legelőször az év végi,
s az évkezdetkor ismertté vált, ilyenkor megszokott általános jellegű áttekin-
tésekkel. Ekkor még csak abban az általános formában ízelgették ezt az esélyt,
mint ami az elmúlt húsz év egészéhez képest egészen biztosan vadonatúj fel-
tételeket hoz magával.⁸ A kétharmados problematikának merőben más irányt
szabott az a második hullám, ami február 20. táján elemi erővel bukkant elő.
Február 17-én egy hetilapban megjelent az az Orbán Viktor-beszéd, ami majd
félévvel korábban Kötcsén hangzott el a jobboldali szellemi tábor vezető körei
előtt, s amelyben Orbán Viktor megpróbálta kijelölni az általa sejteni vélt, hosz-
szabb távon is érvényes társadalmi, politikai, szellemi élet körvonalait.⁹ Mint-
hogy a kampány közepén jártunk, ezért ez a korábbi keltezésű mondandó tüs-
tént a közbeszéd kellős közepébe került. A kritikusok a leendő kétharmados
többséget a beszédben felvázolt világkép előfeltételeként, s a meghonosodott
magyar demokrácia megváltoztatásának igényeként értelmezték. A nagy gyor-
sasággal megalkotott kampánytermék azután önálló életre kelt, s a Fidesznek
nem volt különösebben ínyére az, hogy a részletek felől érdemi vitákba bocsát-
kozzon. (Még Orbán Vikornak sem...) A kritikusok viszont megerősítve lát-
ták korábbi félelmeiket, s ennek következtében a kétharmados esélyeket szí-
gorúan egyetlen szempont szerint – mint a magyar demokráciára leselkedő
legnagyobb veszélyt – kezdték értelmezni. Némileg e megközelítéshez kap-
csolódott a későbbiekben a szocialisták március 15. utáni kampánystratégiája
is. Ez jórészt arra épített, hogy a kétharmados többség egyetlen megakadályo-
zója az MSZP lehet, ha a passzivitásukkal tüntető, egykori baloldali szavazók
hajlandóak lennének nagyobb számban szavazataikkal támogatni ezt az egye-
düli garancia-szerepet. E harmadik hullámban – a kampány utolsó három he-
tében – a szocialisták megpróbálták alapvető üzenetükké tenni a kétharmados
veszélyeket, ám a média egésze nem állt olyan erővel e törekvés mellé, hogy a
legelkötelezettebb baloldali szavazók ügyén is túlmutatóan fontos, központi
jelentőségű kampánytémává válhatott volna a kérdés. Megjegyzendő, a Fidesz
az egész kampányidőszakban kerülte, hogy a kétharmadról érdemi vitába bo-
csátkozzék. Vezetőik – élükön Orbán Viktorral – mindvégig igyekeztek jelenték-
teleníteni ezt a lehetőséget, illetőleg olyan irreálisan távoli esélyként feltüntet-
ni, amellyel a kampányban nem kell érdemben foglalatostkodni. (Bár a Jobbik-

kal szemben ugyanezen időkben nagyon is hatékonyan léptek fel olyankor, amikor már abból az irányból látták veszélyeztetve kétharmados reményeiket.) A sikeres választások másnapján azonban felfedezték a kétharmados győzelemmel megjelenő „történelmi esélyek” kivételes mivoltát. (Mondjuk talán úgy, hogy a kampány hosszú hónapjaiban sikeresen kerültek ki a kétharmados vitából reájuk leselkedő kedvezőtlen kimenetelű politikai viták csapdáit.)

2. A többi párt és a média figyelme

A média másik nagy vadászterülete a leendő ellenzéki pártok változékony esélyeinek figyelemmel kíséréséből adódott. Természetesen a számításba vehető pártok között hatalmas különbségek voltak, s egyáltalán nem volt mindegy az a tét, amelynek függvényében a tömegkommunikáció homlokterébe kerülhettek.

Az MSZP helyzetét több tényező is különlegessé tette. A média részben e pártban kellett, hogy megtalálja az elmúlt nyolcévnyi kormányzati ciklusért felelősséget vállaló politika vezető erejét, ám e szerepkör a szocialistáknak 2010 tavaszán nagyon kevés gyümölcsöztethető kampánymondandót tartogatott. Nem is nagyon törekedtek arra, hogy a nyolc év átfogó értékelésével kampányoljanak, néhány meglehetősen hamar hamvába hullott kísérlettől eltekintve. A szocialisták – mint majd erre később kitérünk – nem tudták megoldani kampánystratégiájuk egységesítésének nehéz feladatát. Az elemzők háromféle, egymással párhuzamosan futó szocialista kampánystratégiát is kimutattak, ám ez nem annyira a sokféleség teremtette gazdagság volt, hanem az elemi vezetési koordináció hiányának a következménye. Ezért aztán nem is nagyon voltak alkalmasak a róluk megjelenő kampánykép autonóm formálására. Ellenfeleik, s a média is sokkal hatásosabban jelenítette meg őket, a korrupciós ügyek szövevényes hálóiiban vergődő, menthetetlenül lefelé tartó politikai erőként. Igaz, e tetemes hátrányt okozó kép kialakulásához maguk is hozzájárultak azáltal, hogy a 2009 nyarán nyilvánosságot kapott BKV-botrányokra adandó kikerülhetetlen politikai lépésekkel legalább öt hónapig késlekedtek. Jórészt ennek következtében a szocialisták a kampányban végig versenyt futottak a médiában azért, hogy legalább időnként ne a róluk keletkezett negatív kép legyen a domináns, hanem az, amilyennek láttatni szerették volna magukat. A média pedig következetesen és folyamatosan mutatta mind a két arcukat. Az eredmény nem is maradt el, mert a korrupciós vádakkal meglehetősen alacsony határfokkal küzdöttek meg.

Az MDF kampánybeli sorsa meglehetősen kanyargósan alakult. Az év elején még valami nehezen meghatározható, pozitív várakozás vette körül ezt a pártot, s a média előszeretettel emlékeztetett arra, hogy az elmúlt években többször is a legutolsó pillanatokban bizonyult a párt alkalmasnak az – előzetesen reménytelennek tűnt – minimális eredmény elérésére. Ezzel mintegy azt is sugallták, hogy a 2010-es választásokon is betöltheti a tanácstalanok, az utolsó pillanatokig kivárók számára a végső mentsvár szerepét. „A legkisebb

rossz választása” különösen a többszöri politikai földrengések után erősen megrendült, egykori balliberális tábor nagyvárosi értelmiségi csoportjainak látszott szinte egyetlen kínálkozó választópolgári kiútként. Jórészt ennek köszönhetően az MDF a kampány kezdetekor meglehetősen kedvező médiaháttérrel kezdhetette meg a sokhetes kampányküzdelmét. Február végén azonban a pozitívumok hirtelen eltűntek és minden az ellenkezőjére változott. Az SZDSZ-szel megkötött kései választási szövetség pillanatokon belül sokkal több hátránnyal járt, mint amennyi előny származhatott volna belőle. A listás helyek elosztásakor elemi erővel törtek felszínre a képtelenségig kicsinyes viták, s az MDF végre produkálta azt a botrányt, amire a média olyannyira várt már hetek óta. A hatás nem is maradt el, mert a cáfolatok, viszontválaszok produkálása révén minden egyes sértett, megsértett és megsértődött politikus olyan széles médiafelülethez jutott, amilyenről korábban – a maga önállónak gondolt politikai mondandója okán – nem is álmodhatott. Végre történt a kampányban valami, s a média százszoros lendülettel vetette rá magát arra a párt-ra, amelynek egyáltalán nem volt biztos a parlamentbe való bejutása. E gyanúsan nagy zaj az ő szempontjukból a lehető legrosszabbkor tört ki: a kopogtatócédulák összegyűjtésének kulcsnapjaiban, akkor, amikor a másik három párt már sikeresen lehalászta előlük a választói piacot. Ott álldogált a nyilvánosság előtt egy párt – a maga teljes védtelenségében és kiszolgáltatottságában –, miközben minden áldott nap az lett a vezető hír róluk, hogy hol nem tudták összeszedni még a jelölt- és a listaállításhoz szükséges minimális ajánlószelvény-mennyiséget.

Lényegében ugyanezekben a napokban az is kiderült, hogy az – addig nem túlzottan komolyan vett – LMP viszont e feladattal sikeresen birkózott meg, és képes mindenütt területi listát, s így országosat is állítani. Az addig meglehetősen baráti MDF-médiaháttér majdhogynem egy szemvillanásnyi idő alatt hangolódott át az LMP nyílt támogatására. S március 15. után már ez a párt kapta meg a „legkisebb rossznak” kijáró médiakedvezményeket. Más oldalról viszont az is megjegyzendő, hogy az LMP nagyon okos politikával, többször is a kötéltáncosok kényszerbátorságával oldotta meg a két szembenálló tábor-tól elválasztó identitásának bemutatását. E téren egyáltalán nem volt könnyű dolguk. Nagyjából attól kezdve, hogy felvetődött jövőbeni parlamenti jelenlétük realitása, a Fidesz megpróbálta áttolni őket a baloldali térfélre, hol pedig a szocialisták kísérelték meg az LMP-t, a Fidesz trójai falovaként beállítani. E veszélyeket elkerülő, kiegyensúlyozási mutatványokkal párhuzamosan igyekezett az LMP megtartani azt az eredetileg erősen elitellenes karaktert, amelynek generációs fedezete 2010-ben már nem lehetett kétséges. Nem kellett különösebben mélyebb érveléssel terjeszteniük azt, miszerint a rendszerváltás húsz éves fejlődése belefulladt az egymással szakadatlan küzdelmet folytató táborok sehová nem vezető pártharcaiba, mert ez a vélemény az 1970 után született korosztályok soraiban meglehetősen elterjedt volt. Olyannyira elfo-

gadottá vált ez a viszolygás, hogy a Két Nagy táborhoz képest sokak számára már az is elegendő üzenet lett, hogy: legyen más a politika... S már az sem volt fontos kérdés, hogy ez a Másság miben is állna. E generációs távolságtartás és kritikai fenntartás azonban nem válhatott az LMP kizárólagos monopóliumává, mert az új korosztályok radikalizmusának/elitellenességének elnyerésért folytatott harcban komoly pártverseny társuk támadt.

E másik párt gerincét, vezérkarát, aktivista-hálózatát nagyrészt szintén az a generáció adta, amely a rendszerváltás két évtizede során nőtt bele abba a világba, amelyet a lehető legkevésbé sem érzett a magáénak. Ugyanakkor a hazai politikai kultúra leginkább elfeledettnek hitt és – jó okkal – zárójelek közé rakott szélsőjobboldali/ultraradikális szellemi örökséget kapcsolta össze a legújabb kori szociális elégedetlenség indulataival.¹⁰ A 2010-es kampány sztárja, legtöbbet elemzett formációja, s a kampány tematikai irányítója a Jobbik-nevű párt lett, és némileg váratlanul, de nem megmagyarázhatatlanul tavasszal a kampány főszereplőjévé vált. Bozóki András tömör összefoglalója tartalmazza e váratlan fejlemény lényegét: „A szélsőjobboldali párt előretörése minden eddigi kampányforgatókönyvet felülír. Lassan mindegyik párt a Jobbikhoz viszonyul, azzal szemben határozza meg önmagát, és sürgetőnek érzi, hogy a demokrácia védelmében támadást intézzen a szélsőjobboldali párt ellen. Ezzel a Jobbikot – paradox módon – éppen politikai ellenfelei erősítik tovább. Négy év mulasztása most üt vissza: amit a Fidesz és az MSZP éveken át elhanyagolt, annak következményeivel éppen most, a legélesebb helyzetben kell szembenézni. A mai magyar viszonyok súlyos kritikája, hogy a kampányt a Jobbik tematizálja.”¹¹

Egy hónappal a választások első fordulója előtt nagyon komoly esélye látszott annak, hogy a Jobbik támogatottsága meg fogja haladni a szocialistákét, s ez a lehetőség többféle félelem, politikai aggodalom forrásává vált. A baloldalt egyszerűen elborzasztotta az a kilátás, hogy a leendő parlamentben nem-hogy semmi esélye nem lesz a kormányzati folyamatok befolyásolására, de még az ellenzék vezető erejének pozícióját is kénytelen lesz a jobboldali térfélnek átengedni. Ráadásul, azon belül is a legradikálisabb formációnak. A magát jobbközépen tudó Fideszt pedig leginkább az a lehetőség nyomasztotta, hogy kézzelfogható közelségbe került kétharmados többségüket mégis kénytelenek lesznek a hátuk mögül hirtelenül nagy erővel előkerült Jobbikkal megosztani. Igaz, ennek esélye már az európai politikai közvéleményben is komoly riadalmak forrásává vált. A média ebben az ellentmondásokkal terhelt helyzetben azt a megoldást tartotta megfelelőnek, hogy aprólékosan adott hangot a Jobbik megerősödésével kapcsolatos valamennyi aggodalomnak, viszont egyáltalán nem sietett teret adni a Jobbik mondanivalóinak. A közszolgálati médiумok is csak a szabályok biztosította legszükségesebb időkeretek között hagytak helyet megszólalásra e párt képviselőinek. A Jobbik pedig minderre úgy reagált, mint már korábban is: megpróbált a kirekesztettségéből erényt ková-

csolni. Minden egyéb párthoz képest gyakoribb és intenzívebb helyi, a közvetlen részvételre alapozott kampányt folytattak, s a már régóta bejáratott internetes lehetőségekkel a lehető legprofesszionálisabb módon éltek.

3. A közönség és a pártok viszonya a kampány meghatározó tényezőihez Magyarország választások iránt érdeklődő népe 2010 tavaszán a bevezetőnkben felrajzolt négytényezős feltételrendszerhez meglehetősen ambivalens módon viszonyult. A Fidesz várható győzelmét az elsőprő többség már – az előző évi uniós választások eredményei alapján – régen „beárazta”. A versengés elmaradását pedig oly módon fogadta, hogy egészen az első fordulót megelőző hetekig úgy tűnt: az idei választásokon nem lesz elképzelhetetlen a negatív részvételi rekord sem. A pártok körüli kutatóműhelyek hétről hétre lázas igyekezettel kutatták az egyes nagyobb választói csoportok részvételi hajlandóságának legapróbb változásait; e tavaszon tucatnyi elmélet született arról, hogy a lehetséges különböző aktivitási modellek melyik pártnak kedvezhetnek, s melyiknek árthatnak. A számtalan változat között leginkább két dolognak tulajdonítottak kitüntetett jelentőséget. Egyrészt arról, hogy a túlságosan alacsony részvétel komolyan veszélyeztetheti a Fidesz kétharmados győzelmét, illetőleg a szocialisták eredményét, viszont jócskán megnövelheti a Jobbik amúgy is emelkedőben lévő részarányát. Uganakkor a relatíve magas részvételi szintről a szakértők többsége úgy vélekedett, hogy az esetleg hozzájárulhatna egy kiegyensúlyozottabb és többféle pártot is felmutatni képes parlamenti összetételhez.

A választani készülő milliókat azonban a kampányban uralkodó politikai jelenségeknél sokkal jobban foglalkoztatták volna azok a kérdések, amelyeket e tavaszon nem volt lehetséges megvitatni. A gazdasági depresszió vége, a jövedelmi viszonyok kilátásai, a növekedésnek indult munkanélküliség perspektívái, a devizahitelek sorsának alakulása, az elszabadult korrupció megállítása – mind-mind olyan témák voltak, amelyekről szívesen hallották volna a pártok elképzeléseit. Ezekről azonban azért nem eshetett kellő mértékben szó, mert viták híján a pártok nem szorultak rá arra, hogy esetleges elképzeléseiket –egymáséhoz képest – érdemben kifejtsék. (Többségüknek egyszerűen nem is voltak megalapozott szakpolitikai programjaik.) De azért sem, mert a pártoknak leginkább egymásról volt mondanivalójuk, és egy világméretű válság közepén egyébként is roppant nehéz bármi biztosan mondani arról, hogy mit is lehet és kell tenni. S végül azért sem, mert valamennyi párt vezérében a lelkiük mélyén pontosan tudták: amúgy is csak a Fidesznek lesz lehetősége és kényszere arra, hogy e kínos kérdésekre érdemi/kormányzati válaszokat adjon. A Fidesznek pedig a folyó kampány szerkezete, minősége, intenzitása nagyonis megfelelt és egyáltalán nem volt érdekelt a tematika további kiszélesítésében. Már 2006 ősze óta egyébként is a többség hozzájuk fűzte abbéli reményeit, hogy e gondokra az ő visszatérésük *önmagában/önmagától* is

megfelelő megoldást jelenthet. Ebben az értelemben a Fidesznek a 2010-es kampány idejére már nem is maradt érdemi feladata – legfeljebb az, hogy híveit a kellő időpontban rábírja a választási részvétellel.

A többi pártnak a kampányfeltételekhez való viszonyát ezen írás korábbi részeiben már több ponton bemutattuk, s e viszonyulások egyéb fontos részleteit még pontosabban elemezzük a kampány dinamikájának áttekintésekor. Ez a megoldás azzal a következménnyel is jár, hogy az egyszer már említett politikai tényeket, eseményeket néhány ponton kénytelenek leszünk újból szóba hozni, ám ezúttal mozgásukban, s a többiekkel való kapcsolataikban hivatkozunk rájuk..

A KAMPÁNY DINAMIKÁJA

Az indulás hetei

Január 22-én a köztársasági elnök hivatalosan is kitűzte a választási napokat, de ekkor már a napi- és hetilapokban hetek óta zajlott egy olyan – első ránézésre – szakmainak mondható vita, amelyben a leginkább érdekelték felmutatták sejtető/várható magatartásuk legfontosabb kellékeit. Történt ugyanis január elején, hogy a Figyelő c. hetilap közölt egy összeállítást, amelyben a Fidesz nyugdíjrendszerrel kapcsolatos jövőbeli elképzelései között olyan lehetőségként említették meg a svéd modellt is, mint amelyben szintén vannak megfontolásra érdemes elemek. Két nappal később az MSZP elemi erejű média-kampányba kezdett, miszerint a Fidesz a nyugdíjasok jövőjét katasztrofális módon szabályozná. A megtámadottak magyarázkodtak, tagadtak, ellentámadtak, de legalább két hétbe tellett, mire képesek voltak elvenni – e nem túl ízléses és nem is megalapozott – támadás életét. Január 19-én a Fidesz több mint másfélmillió nyugdíjasnak küldött ki olyan tartalmú levelet, amelyben mindenféle ígérekkel, garanciákkal próbálták megnyugtatni a nyugdíjasokat. Válaszként a szocialisták néhány nappal később aláírásgyűjtésbe kezdtek, aminek a célja az lett volna, hogy „elkerülhessük a nyugdíjkatasztrófát...” Az egész épületes cirkusz kb. három hétig tartott, s azért idéztük fel ilyen részletességgel, mert a későbbi fejlemények alakulása szempontjából az eset nagyon is fontos tanulságokkal szolgál. Később a Fideszt a kampány egész folyamatában állandóan azért vádolták, mert nem fogalmazta meg nyilvánosan különféle gazdasági/szociális stb. elképzeléseinek a részleteit, szakpolitikai megoldási tervei nem voltak eléggé konkrétan bemutatva. Ha a kampány kezdetén lezajlott heves – és meglepően erős indulatokat megmozdító – nyugdíjas-vitára visszagondolunk, akkor nem lehet a valóságtól nagyon elrugaszkodott magyarázat az, hogy a Fidesznek eredetileg sem volt túlzottan nagy készletese a számszerűsíthető részletek prezentálására, ám ez a januári vita végképp azt tanította meg számukra, hogy életveszélyes bármiféle konkrétum előzetes közlése.¹²

A szocialisták egyetlen felzárkózási lehetősége ezen a tavaszon az lett volna, ha hagyományosan erős bázisukat – a csaknem hárommillióra tehető idősebb lakosságot – legalább a legutolsó hetekben képesek újból politikai szövetségessé tenni. A média minőségi részét képviselő szaksajtó ebből a párbajból megértette, hogy ezen a tavaszon semmiféle remény nem nyílik arra, hogy a legfontosabb kérdések kapcsán értelmes párbeszéd folyjék.

Februári párhuzamosok

Alig múlt el az iménti polémia, a kampánygépezetek váratlanul nagyobb sebességbe kapcsoltak. Február eleje és huszadika között legalább négy-öt, olyan jellegű esemény, folyamat, csomópont formálódott, amelynek mindegyikében benne rejtett az az esély, hogy ha valamennyi érintett erő úgy akarja, akkor az adott ügy a kampány egészét meghatározó jelentőségű fordulattá nőheti ki magát. Nem így történt, mert a nagyon is ígéretesnek tetsző kezdeményezések több ponton is keresztezték egymás hatásait.

- A hónap nagy szenzációjának ígérkezett a Hagyó Miklóssal szemben hónapokkal korábban megkezdett kiszorítási folyamat végjátéka. (Hagyó ekkor még a szocialisták egyik stratégiai erős emberének volt tartható, hiszen korábbi budapesti, főpolgármester-helyettesi rangja révén komoly befolyással lehetett pártja kulcsfontosságú – fővárosi – kádermozgásaira.) Január legutolsó napjaiban a BKV-nál folytatott nyomozások, tanúvallomások, lefoglalt dokumentumok tömege külön-külön is elégséges indokokkal szolgált ahhoz, hogy ezúttal már a fővárosi közlekedési vállalat határain túl folytatódjanak a leszámolási csatározások. Előbb a fővárosi önkormányzati vezetés, majd a szocialisták fővárosi szervezete, végül pedig az MSZP vezetése is kénytelen volt belátni, hogy súlyos hiba volt Hagyó Miklóst egészen a kampány kezdetéig a helyén meghagyni. S amilyen tessék-lássék módon intézték a sorsát tavaly júliustól, úgy a végső megválás is nevetségesen álságosra sikeredett. Naponta kellett Hagyót a legkülönbözőbb funkcióiból visszavonni, s ezzel a médiának újabb és újabb alkalmakat teremtettek ahhoz, hogy az összes sötét BKV-s ügyet újból és újból előadhassák, persze mindig újabb színező adalékokkal körítve. Február első hetének negatív főszereplője így nemcsak az önmagától távozni képtelen, s a közéleti képmutatás szimbólumává előlépett Hagyó lett, hanem az a szűkebb politikai/pártközeg is, amely nem volt képes megfelelően és időben megszabadulni tőle. Februárra a Hagyó-ügy a szocialista képmutatás, a maffiózó elvtelenség és a gátlástalanság tantörténetévé nőtte ki magát, nem kis mértékben segítve ezzel mind az LMP, mind pedig a Jobbik ekkoriban kibontakozó kampányát, amelyet amúgy mind a „két friss erő” a korrupcióellenesség fontosságára épített fel.¹³

- Február elején eleve kitüntetett fontosságú kampányeseménynek ígérkezett Orbán Viktor szokásos „évértékelő” beszéde, amely természetesen ebben

az évben sem értékelés, sem „évben gondolkodás” nem volt, hanem az, aminek mindenki várta: kampánynyitó. Legalábbis az elemzői had megpróbálta annak tekinteni. Megkísérelték megtalálni benne nemcsak a kampánystratégia alapvető üzeneteit, hanem már a várható győzelem után kirajzolódó kormányzati elképzelések körvonalait is. Nem lett annyira radikális, mint amennyire a szocialisták hallani szerették volna, ezért a vártnál sokkal kisebb támadási felületet nyújtott. Nem lett még annyira sem konkrét, mint amennyire legalább az elemzők, a nyugati megfigyelők szerették volna, ezért továbbra is kénytelenek voltak várni a valóságos, a választások után hallható programra. S nem lett annyira gyújtó hangú, biztató, mint amilyennek a korábban megszokott törzsközönség remélte, sőt, még a megszokott oldalvágások is elmaradtak: a még hivatalban lévő kormányzatot például egyáltalán nem piszkálta. A február 5-ei Orbán-beszéd sokkal inkább volt a választási győzelem utáni köszöntés és köszönet, semmint kampányprogram-adás. Talán azért is, mert e kampánynak már nem kellett program, a Fidesz szemszögéből nézve ekkorra már csak egyetlen egy fontos mozzanat maradt: őrizni a tábor méretét és választási eltökéltségét. Ha valami egyértelmű irányt ki lehetett hámozni a beszédből, az leginkább a Jobbik megerősödéséből származó veszélyeknek szólhatott. Ezt a szálát aztán igyekezett is minden érintett fél kihasználni, s utóbb kiderült, nekik lett igazuk. A győzelem méretét e februári hétvégén már csak a Jobbik váratlanul lendületbe jött kampánya veszélyeztette. Az MSZP mindebből nem sokat vett észre, s a két héttel később kibontakozó szocialista kampány éppen akkor kezdett a Fidesz és a Jobbik egységére, egy és ugyanazon politikai táborhoz tartozásából fakadó veszélyekre hivatkozni, amikor a mindennapi hírek már éppen ennek az ellenkezőjéről tanúskodtak.

- Paradox módon az Orbán-beszéd hatásmechanizmusait éppen egy másik Orbán-produkció rakta zárójelek közé. Már utaltunk korábban is arra, hogy február 17-én egy újonnan alapított jobbközép/konzervatív irodalmi és kulturális hetilap, a *Nagyítás* nagy terjedelemben közölt egy olyan Orbán Viktor-beszédet, amelyet a pártelnök még az előző év szeptemberében mondott el Kötcsén, a "polgári erők" kulturális elitje előtt. A szerkesztőség bevezetője szerint azért közölték majd félévvel később ezt a beszédet, mert a maga idejében „visszhangtalan maradt”, de még fontosabb lehetett az a szándék, hogy megmutassák: alaptalanul vádolják a Fideszt azzal, hogy nincs semmiféle programja. A beszéd kései publikálásakor lett is nagy riadalom... Az elemzők/kritikusok ezúttal ugyanis – mint már korábban utaltunk erre – programként fogták fel ezt az Orbán-beszédet, és beleláttak olyan hosszú távú politikai programot is, ami ebben a szövegben, abban a formában egyáltalán nem szerepelt úgy, ahogyan beleértették. Ez a beszéd lett volna annak a bizonyítéka, hogy a Fidesz — mellőzve a demokratikus rendszert — évtizedekre akar berendezkedni. Ezzel szemben Orbán azt a jelenséget kezdte feszegetni, amit néhány elemző – többek között e sorok írója is – már több mint egy éve meg-

próbált vázolni. Azt, hogy az évtizede megszokott jobb/bal-versengésre alapozott struktúra felbomlott, és a helyén egy egészen más szerkezetű háromszög-alakzat kezd kialakulni. Igaz, meglehetősen elnagyoltan, de felvázolta ennek a változásnak néhány lehetséges politikai, kulturális, mentalitásbeli következményét is. Más, legitim program híján a publicisták kampányharcosabb része úgy vettette magát rá e kötcsei beszédre, hogy néhány nap múltán már észre sem lehetett venni az írásokból: ki az, aki egyáltalán olvasta ezt a beszédet, s ki az, aki csak a beleértelmezett félelmeket ragozta tovább. Február 17. után élte meg az ideai kampány egyik kitüntetett alaptémája a másodvirágzását, hiszen a kötcsei szöveg megint jó alkalmat teremtett a kétharmados többséghez fűződő rém- és lázálmok iparszerű előállítására. Ezúttal azonban annyival lett konkrétabb e témakör irodalma, amennyivel e félelmeket alá lehetett támasztani a beszédből kihámozható sejtetésekkel. Illetve, ennél valamivel többről volt szó.

- Február 20-án tartotta meg az MSZP a maga hivatalos, jóval korábban meghirdetett kampánynyitó csúcsrendezvényét a SYMA csarnokban. Ez az alkalom tűnt megfelelőnek annak deklarálására is, hogy a pártot vitathatatlanul Mesterházy Attila fémjelzi. Ki is használtak minden kínálkozó alkalmat annak súlykolására, hogy mind a program, mind a jelölt: *ÚJ*. A plakátokon is ez a jelszó jelent meg: új a jelölt, új a program. Az újdonságként tálalt – amúgy hosszú hónapok óta köztudottan miniszterelnök-jelölt – Mesterházy is minden tőle telhetőt megtett annak érdekében, hogy őt tényleg újdonságnak lehessen elfogadni. Igyekezett dinamikusnak, fiatalosnak és nagyon határozottnak mutatkozni. A bemutatott program nem érdemel több szót, mint az ekkoriban megismert többi párté – legfeljebb annyiban lehetett szocialista jellegűnek tartani, amennyiben sokkal több volt benne a megfogható, a konkrét nagycsoportok helyzetére lebontható osztogatási ígéret. „Ha a szocialisták fognak kormányozni...”- szólta a program, de mindenki tudta, hogy nem ők jönnek. Hanem ők mennek. Ezért nem csoda, hogy az ígéreteket még politikai ellenfelek sem tartották behatóbb kritikára érdemesnek. A program szakmai alapjaiban egyébiránt nem volt nehéz felfedezni Bajnai Gordonnak a Népszabadság hasábjain – két nappal korábban – publikált „*A józan ész politikája*” címet viselő politikai hagyaték lényegi elemeit.¹⁴ Olyannyira nem, hogy a többszörösen emlegetett kétezer milliárd forintnyi – a következő négy év során megtermelődő leendő – forrás felosztásában úgyszólván teljes mértékben a miniszterelnöki instrukciókat követték. Bajnai a következő héten megtartott szesz- és cikluszáró parlamenti ülésen is elmondta mindezeket, kormányfői idejének leghosszabb beszédében. Csakhogy a kormányfő roppant alapossággal azt is felvázolta, hogy a jelenlegi gazdasági helyzetből micsoda önfegyelemmel, miféle önkorlátozásokkal, és a jelenlegi közgondolkodással sok tekintetben szembe menő döntések sorozatával lehetne kitörni. Ezek a kényelmetlenségek már nem fértek bele a szocialista kampányprogram kereteibe, s erre még az sem lehetett

megfelelő válasz, hogy a Fidesz ez idő tájt szintén hallgatott ugyanezen nehézségek megoldhatóságáról. Mesterházy – valamint a többi felszólaló szocialista vezető – mondandójába azért bekerült a néhány nappal korábban megjelent kötcsei beszéd miatt kitört félelmek kimondása is. Deklarálták, hogy egyedül a szocialisták lennének a demokratikus értékek, keretek megőrzésének garanciái, mert a Fidesz/Orbán által körvonalmazott világképből a demokrácia felszámolása következik. Ez az egyoldalúan kijelölt szerep nemcsak azért problematikus, mert a legfőbb ellenféltől elvitatja a demokratikus résztvevői pozíciót, hanem azért is, mert a versenyben lévő többi pártot sem tartották számon a demokrácia garantálóinak sorában. Meglehet, ezt a tévedést akkoriban a szocialisták észre sem vették, a többiek azonban igen, s ki is kérték maguknak ezt az egyoldalú szereposztást.

- Lényegében ugyanezekben a hetekben szerveződött/alakult/formálódott Gyurcsány Ferenc lehetséges újraaktiválásának néhány fontos kelléke is. Részen azzal, hogy eleinte csak zárt, félig nyilvános összejöveteleken kezdte el meghirdetni a maga – Mesterházyéhoz képest sokkalta radikálisabb – kampánystratégiáját, melynek lényege a Fidesszel, s az egész jobboldallal szembeni könnyörtelen harcból, valamint a másik oldal által megjelenített lehetséges veszélyeknek a végtelenségig való eltűléséből adódott. A zártkörű találkozókon elmondott harcias beszédeknek előbb-utóbb nagyon is széles nyilvánossága lett, s csak idő kérdése volt, hogy mikor fog magának a volt kormányfő valóban széleskörűnek mondható nyilvános terepet is keresni. Gyurcsány szeleme ekkoriban egyébként is erőteljes hatást gyakorolt a baloldali médiatérfelre. Páratlan médiaaktivitást kezdett kifejteni az a szűk körű csoport, amely korábban is mindenféle fenntartás nélkül elfogadta a gyurcsányi magyarázatokat; az általuk elérhető fórumokon elemi erővel kezdték sugallni GYF kampányüzeneteit. Az ATV, a Klubrádió, a 168 óra, a Népszava ezekben a hetekben megtelt annak a néhány embernek a vég nélküli baljósolataival, akiről már korábban is köztudott volt a bukott pártelnök/miniszterelnökhöz való szoros vonzódásuk.

SZOCIALISTA DILEMMÁK

Február végén világosan lehetett látni, tapasztalni, érzékelni, hogy a Fidesz kampányát ki és milyen megfontolások jegyében irányítja. Ezt a kampányt okkal és joggal lehetett bírálatokkal illetni, amit a korabeli média meg is tett. Február végén azonban korántsem lehetett megmondani, hogy az MSZP kampányának kik az irányítói, mi lenne a fő üzenete, s mi lenne a viszonya a szocialista párt belső erőviszonyainak tagolódásával. Hat héttel a választások előtt az elemzők –mint erre már utaltunk – legalább háromféle MSZP-kampánystratégiát láttak kirajzolódni, s a végeredmény felől tekintve azt mondhatjuk,

hogy e három változat egyike sem vált meghatározó jelentőségűvé, mert egymás mellett kavargva hatottak:

a. A kampány első változatában megpróbáltak az elmúlt nyolc év sikereivel operálni, de ha ez a főirány, akkor – legalább illusztrációként – Gyurcsányt is be kellett volna emelni a kampányba. Ezt viszont már azért sem akarta a vezetés, mert attól tartott, hogy visszajövelele éppúgy megosztaná a pártot, mint a maradék szavazóbázist. Megpróbálkoztak tehát valami olyan, sterilizált sikerpropagandával, amelyből kihagyhatónak vélték a két korábbi kormányfő vitatható teljesítményét.

b. A szocialista kampány második változata megpróbált olyan optimista jövőképre építeni, amely legalább a Bajnai-kormány legutolsó egy évben felmutatott válságkezelési sikereiből levezethető. Ebben viszont aligha lehetett volna Gyurcsány kulcsszereplő, Bajnai meg deklaráltan nem akart a kampányban húzóerő lenni. Kézenfekvőnek látszott tehát, hogy ez legyen az „új jelölt/új program” igazi terepe; vagyis ez lehetne Mesterházy saját politikai brandje.

c. Harmadik megoldásként a szocialisták a demokrácia egyedüli védelmezőjének alapvető kampányüzenetté formálásával kísérleteztek. Ehhez mindekelőtt szükséges volt a már kétszer bevált Orbán-diabolizálás. Ám a 2010-es Orbán Viktorral nem lehetett ugyanazzal a hatékonysággal riogatni, mint korábban. Maradt, mint kézenfekvő megoldás a Jobbik miatti – egyre növekvő és indokolt – félelmekre építeni, s azt sulykolni, hogy a Fidesz és a Jobbik között nincs is lényegi különbség, sőt, a kettő lényegében ugyanazt a veszélyt jelenti. Ehhez a változathoz viszont nagyon is szükséges lett Gyurcsány Ferenc reaktiválása, pontosabban szólva: ennek a változatnak a kizárólagossá tételéhez fűződött elemi érdeke a megcsappant méretű, ám nagyon is hatékony gyurcsányista csoportosulásnak. Hosszas találgatások, várakozások és aggodalmak után maga Gyurcsány Ferenc mégis kilépett a porondra, március 19-én a Magyar Demokratikus Charta rendezvényén nyilvános szereplést vállalt. Ez a produkció azonban több szempontból is talányos volt. Már az sem volt világos, hogyan illeszkedett ez a rendezvény a szocialista kampány logikájához, mert szinte sehogy sem. A másnapi média-kommentárok nem is mulasztották el rögzíteni azt a gyanút, miszerint ez a beszéd és fellépés egyáltalán nem ennek a kampánynak a kedvéért történt, hanem már a vereség utáni bejelentkezés érdekében. Megmutatni, hogy ki lenne a legalkalmasabb személy a leendő Orbán-kormánnyal szembeni kérlelhetetlen ellenzéki vezér szerepkörére... Összességében Gyurcsány hangos fellépése kétnapos hír lett, ami a szocialisták esélyein semmit sem javított, viszont felébresztette a jobboldalnak az összes hozzá fűződő gyanúját és féltését, s három napig megint boldogan, szabadon és felhőtlenül riogathattak a visszatérésének rémképével. Addig sem kérdezhetette őket senki sem a programjukban található – kiáltó – hézagok felől.

HAT HÉTTTEL A VÁLASZTÁSOK ELŐTT – KÖRKÉP MÁRCIUS ELEJÉRŐL

Időközben megkezdődött a kampány egyik különleges epizódja, a kopogtató-cédulák utáni hajsza. Ezt a fázist az elmúlt húsz évben számtalan kritika érte, de az idei mindent felülmúlóan kétséges elemekkel bővült. Már négy évvel ezelőtt is megfigyelhető volt a két nagy párt elképesztő harca azért, hogy a kopogtatócédulák gyűjtését egyfajta előválasztásként, s a lehetséges szavazóbázis előzetes mozgósításaként fogják fel. 2010-ben leegyszerűsödött a küzdelem, mert a Fidesz olyan hálózattal, aktivitással, apparátussal halásztta le a cédulákat, hogy a többi jelentős párt számára már-már maga a teljes körű listaállítási körülményesen elvégezhető feladattá vált. A Jobbik és az MSZP – később már szót sem érdemlő nehézségekkel, de – megfelelő időben teljesítette ezt a közbenső feladatot. A többieknek mindez azonban váratlanul nagy akadállyá nőtt ki magát. Március 10. körül a mindennapi rádiós- és tévéhírekben, újságr riportokban szinte állandóan arról lehetett hallani, hogy – megfelelő számú egyéni jelölt híján – mind az MDF, mind az LMP számára megoldhatatlan lesz a húsz területi lista felállítása. S nem feltétlenül azért, mert szerte az országban ne lettek volna kellő számban híveik, hanem mindenekelőtt azért, mert a három, egyenként is nagy-nagy aktivista hálózattal rendelkező párt egyszerűen elvitte előlük a cédulákat. Idővel ez a probléma leegyszerűsödött az MDF nyilvános gondjává, s március 15. táján nem annyira a nemzeti ünnep lett a vezető hír, hanem annak az esélynek a taglalása, hogy az MDF már a listaállítási fázisban elvérzik-e. S ahogyan ilyenkor ez lenni szokott: hirtelen mindegyik párt úgy gondolta, hogy a lehető legkevésbé érdekeltek az MDF újbóli parlamenti jelenlétében, s mindannyian igyekeztek az MDF helyzetét tovább nehezíteni mindazokon a fórumokon, ahol erre módjuk nyílt. Különböző okokból, de a talpon maradt négy párt mindegyikének hirtelen nagyon fontossá vált az a 20 mandátum, amit az MDF megszerezhetett volna. Nagyjából ezek a – március 10-e és 25-e közötti – napok voltak azok, amikor az LMP és az MDF közötti élet/halál verseny végérvényesen eldőlt. A listák felállítása után úgyszólván egyik napról a másikra változott meg az LMP körüli közhangulat. A média érdeklődése ugrásszerűen nőtt meg irántuk, s a népszerűség növekedésében még az sem jelentett gátat, hogy egyáltalán nem voltak a médiában sokoldalúan fel- és kihasználható vezéralakjaik. Paradox módon a mesterkéltnak ható névválasztás ebben a fázisban nagyon jól jött nekik, mert az állandó lejáratási küzdelemben időnként elég volt a párt nevét kimondani, és az is elegendő magyarázatként szolgált: Más. Ez a párt mást képvisel. Puntum. Mindehhez a döntő lökést alighanem az a tény adta, hogy két-három héttel a választások előtt egyre nyilvánvalóbbnak tűnt az MDF várható kudarca.¹⁵ Így az a két-háromszázezernyi választó, aki eddig azt forgatta a fejében, hogy ha minden kötél szakad, akkor mégis csak az MDF-re szavaz, viszonylag

könnyen tudott átváltani az LMP mellé, hiszen a korábbi választása sem mély pártkötődésen, hanem a többiek elutasításán alapult.

Mindezen folyamatokkal párhuzamosan zajlott egy másik, s a végeredmény alakulása szempontjából nem kevésbé fontos és érdekes csatározás. A Népszabadság február 20-ai számában egész oldalas összeállítás jelent meg ezzel a – meglehetősen nagy betűtípussal szedett – címmel: *Már nem az MSZP az elsőszámú ellenfele a Fidesznek?* S a kérdésre az oldalon olvasható írások, tudósítások, elemzések viszonylag egyértelmű válasszal szolgálnak: bizony, nem, hanem a Jobbik. A kora tavaszi kampánynak valószínűleg ez lett a legnagyobb meglepetést szerző fordulata. Arra nagyon sokan számítottak, hogy a választások után megalakuló új parlamentben esetleg a Fidesz és a Jobbik közötti konfliktusok minden más egyéb ütközeti lehetőségénél erőteljesebb jelentőségűek lesznek. Arra viszont senki sem, hogy ez az ütköző zóna már a választások előtt elérheti az érettségnek azt a fokát, amikor a Fidesz kénytelen lesz a Jobbik egyre növekvő népszerűségével szemben valamit tenni. Hiszen a Jobbik népszerűségének a növekedése olyan erővel érinti a hagyományos Fidesztábor is, hogy a remélt kétharmad innét kerül veszélybe. Ez történt a tavasz kezdetekor, s eleinte mindebből annyit lehetett érzékelni, hogy Kóvér László megnyilvánulásaiban többször kelt ki a Jobbik ellen, mint amennyiszer a szocialistákat szidta.

A március 15-ei ünnepi rendezvényeken már egyértelműen a két párt közötti erőpróba dominált. A különböző kutatóintézeti jelentések is rendre azt mutatták, hogy az ország keleti felében a Jobbik már a Fidesz egyértelmű vezető pozícióit veszélyezteti. A kezdeti üzenetéseket márciusban felváltotta a kíméletlen politikai küzdelem, s azok a médiaorgánumok, amelyek korábban úgyszólván egyedüli propagátorai voltak a Jobbik eszméinek, most hirtelen váltással sorozatban leplezték le a szélsőjobb pártalakzat mögött megtalálható nagyon is gyanús kötődéseket, finanszírozási anomáliákat, a vállalkozatlan alakok előéletét. Ez a küzdelem egészen a választások napjáig váltakozó hevességgel zajlott, s e sorok írójának az a gyanúja, hogy ez a váratlan fejlemény alaposan megzavarta a Fidesz eredeti stratégiáját. Egészen március elejéig ugyanis a rendőrség, az ügyészség és a bíróságok – mintha csak sztahanovista-versenyt vívtak volna – futószalagon szállították az évek óta sejtett korrupciós ügyeket, aztán ez a nagy hullám meglepően hamar lecsillapodott, szinte el is halt. Feltételezéseim szerint azért, mert az ügyek többsége egy idő után a Jobbik „Húsz évet a húsz évért”- nevet viselő kampányának sikerét sokkal eredményesebben szolgálta, mint a Fidesz – ekkorra már többé-kevésbé révbe érkezett kampányáét. A szocialista párt népszerűség-vesztése egyébként is ekkorra elérte azt a mélypontot, ahol már semmiféle veszélyt nem jelenthetett a Fidesz kétharmadára. Ezért a kampány legutolsó két-három hetében szinte semmit sem hallhattunk az addigra már ezerszer bemutatott és bevezetett, mediatizált nagy-nagy korrupciós ügyekről. Pontosabban szólva: a kampány

végén a Fidesz több képviselője bemutatott egy-egy olyan listát, ami némi változásokkal, de tartalmazta mindazon ügyek sorrendjét, amelyeket majd *a választások után* azonnal ki kell vizsgálni. Ebben a hangsúly a választások *utáni* időpontra volt, vagyis nem szűnt meg az adott ügyek utáni heves érdeklődés, csak éppen a súlypont tevődött át az új rend időszakának kezdetére.¹⁶

KAMPÁNYSTRATÉGIÁK ÉS APRÓBB VÁLTOZÁSOK AZ UTOLSÓ HÁROM HÉT BEN

Az utolsó húsz-huszonöt napra láthatóan felkészült mind a három nagy párt kampányvezérkara, s az addig szétszórta, elemeiben összerakható kampányelképzeléseket többé-kevésbé egységes mondanivalóvá rendezték. Érdekes módon, a háromféle stratégia szerkezetileg erősen hasonlított egymásra. „Mindhárom biztos bejutó a másik kettő diszkreditálására törekszik” – jegyezte meg március végi elemzésében Dobszay János, a HGV szakírója¹⁷. S valóban, ha egyenként elemezzük ezeket, akkor nem nehéz kimutatni ugyanazon háromszög-alakzatok meglétét.

A Fidesz mondanivalójának a középpontjában a centrumpozíció hangoztatása volt: hozzájuk képest mind a szocialisták, mind a Jobbik szélsőséges pártnak minősül, olyannak, amelyre kormányzati felelősséget nem lehet bízni. Következésképpen egyedül ők lennének a leendő kormányzás kizárólagos leteleményesei. (Ehhez képest márciusban megismert programjuk meglepően kevés konkrétumot tartalmazott, illetve azt a megoldást választották, hogy az egyes fejezetek írói azt sugallták, mintha már a leendő tárcák felelőseiként vallották volna meg a maguk kormányzati filozófiáit. Szokatlan megoldás volt, a kritikusok és az elemzők nem is tudtak vele mit kezdeni.) „Csak a Fidesz”- képezte le a plakátokon és a hirdetésekben is tömör üzenetté ezt a felfogást. Mindenesetre a párt megkezdte az óvatos, ám megállás nélküli visszavonulást abból a pozícióból, amikor még azt szerették volna magukról elhíttetni, hogy az elsőprő győzelem esetén tüstént lesz minden fontos társadalmi bajra megoldás. Az utolsó hetekben nem győzték elmondani, hogy nem tudják a részletes adatokat, nem tudják, mekkora lesz a hiány, nem tudják, hogy mit fognak örökölni, mi az, amit még az idén megtehetnek stb. Ennek megfelelően szüntelenül hangoztatták a megörökölt helyzet páratlanul kedvezőtlen mivoltát; olvasatukban egy teljesen tönkrement, leépült, kizsigerelt országot kapnak örökölni, olyant, ahol szinte semmi sem működik. Ha akadt választó az országban, aki csak a Fidesz-kampánya alapján ítélné meg az ország mindennapi állapotát, akkor ő mindenütt romokat, háborús pusztítást, semmihez nem hasonlítható tönkremenetelt érzékelhetett volna.

A szocialisták záró kampányában továbbra is érvényesült az a zavaró többszólamúság, amelyre már korábban is utaltunk. Mindenesetre Gyurcsány Fe-

renc látványos, nyilvános, ám korlátozott hatásokkal járó visszatérése határozottan a radikális tónus irányába mozdította el a párt stílusát. Nagyjából elfogadták azt a szerepfelfogást, miszerint az MSZP a demokrácia fönnmaradásának egyedüli garanciája. Ez a finisben olyképpen finomodott tovább, hogy csakis a szocialisták vezetésével lehetséges a Fidesz kétharmadát megakadályozni, amely – mint tudjuk – a demokrácia megszűnését és az egypártrendszer újbóli bevezetését jelentené. Az MSZP már csak azért is megérdemelné a kitüntetett támogatást, mert egyedüli bástyája az antifasiszta összefogásnak és – tudjuk – a Jobbik sem más, mint a Fidesz vadhajtsája, ami aztán majd összesző a parlamentben a szülőjével. Az MSZP megszólaló vezetői nem győzték bizonygatni, hogy a Jobbik lényegében a Fidesz sötétebbik arca, s minden energiájukat annak a szerves jobboldali egységnek az elhíttetésére fordították, amely tulajdonképpen az elmúlt két évtized során soha nem volt igaz. 2009 júniusa óta pedig számszerűsítetten is nyilvánvaló tévedésnek számított. Ebben a felfogásban értelemszerűen mind az MDF-re, mind pedig az LMP-re leadott szavazatok elvesznének, merthogy gyöngíténék az antifasiszta élharcos leendő pozícióit. E stratégiában nem volt nehéz felismerni a már 2002-ben és 2006-ban sikerrel felhasznált metódusokat, csak az volt a gond, hogy most az ellenfél nem követett el annyi, s olyan méretű hibát, amelyeket – kellő túlzások segítségével – eredményesen lehetett volna felhasználni. Nem mintha nem lettek volna ilyen jellegű hibák, de ez alkalommal egyikük sem volt olyan jelentős, hogy kihasználásuk kiválthatta volna a szocialisták gondolatatlanságát. S feledtetni tudta volna azt, hogy súlyosan hallgattak az elmúlt nyolc év kormányzati teljesítményéről. Az MSZP számos ok miatt éppen a kampány hónapjaira érte el szervezeti, vezetési, kulturális és ideológiai mélypontját, s mindez részben a nagyfokú tanácsstalanságukban mutatkozott meg. Részben pedig abban, amit már összegeztünk: elvesztvén a megfelelő reagálási képességeket, megpróbáltak a réges-régen bevált panelekből építkezni. Nem sikerült.

A Jobbik ezen a tavaszon ráérezett arra, hogy milyen élmény lehet a politikai közbeszéd középpontjába kerülni. Mindenki velük foglalkozott, mindenki hozzájuk akart viszonyulni, a nemzetközi média hazánkról szóló egyetlen mondanivalója is kimerült a Jobbik népszerűsége miatti jajveszékésekben. A párt pedig elkezdett dupla vagy semmit játszani. Mint ahogyan a Fidesznek egyszerre lett – szélsőséges – ellenfele a másik két párt, s mint ahogyan a szocialisták számára egykutya lett a két jobboldali párt, így nekik is egyszerre és egyidejűleg két fontos ellenfelük lett: az MSZP és a Fidesz, amelyek egyszerre felelősek az elmúlt húsz évért, az elvetélt rendszerváltásért, s együtt képviselik az eltakarítandó/leszerepelt elitet. Lendületben vagyunk, helyre teszünk mindent, lecsukjuk a bűnösöket – mind egy szálig... Ennek a hangulatnak a legérzékletesebb megjelenítője az a metróbéli reklám volt, amelyben felszólították, hogy a tolvaj politikusok – mind egy szálig azok, persze – készítsék elő... nem, nem a bérleteiket..., hanem a kezüket, mert a kijáratnál ott várja őket a

bilincs. A „Húsz évet a húsz évért” szlogen rendkívüli tömörséggel fejezte ki e kampány lényegét, s mosta össze valamennyi rendszerváltó politikai erő vélt és valóságos felelősségét a Múltért. Március végén a kutatóintézetek adatait értelmező vezetők között is nagy viták voltak arról, hogy ez a radikális/lendületes/számon kérő kampány milyen határokig lehet sikeres. A többség hajlott annak elfogadására, hogy ez a lendület a Jobbikot beviheti a második legsikeresebb parlamenti párt, azaz a majdani ellenzék vezető erejének a pozíciójába is.

Az első fordulót közvetlenül megelőző három hétben, vagyis a szavazói magatartást a korábbi gyakorlatok szerint lényegbevágóan befolyásoló időszakban ugyan történtek látványos események, s korábban talán ezek mindegyike alkalmas lett volna az addig kialakult erőviszonyokon történő változtatásra. Láttuk, hogy az idén nem így történt. A kampány végjátékában történtek hatásai nagyjából kioltották egymást, s a legutolsó napokra már csak két komolyabb lehetőség maradt arra, hogy az addig rögzült erőviszonyokon változtathassanak:

1. Elmaradt a korábbi kampányok legszórakoztatóbb, legnagyobb népszerűségnek örvendő eleme: a pártvezetők és/vagy kormányfőjelöltek vitája is. A Fidesz tudatosan kikerült minden olyan kihívást, amelynek apropóján Orbán Viktornek bárkivel vitatkoznia kellett volna, s ezt leginkább azzal az indokkal tehette meg, hogy – nem látni a valós ellenfelet... Van egyfelől a Fidesz, amely eleve népszerűbb, mint az összes többi párt. S vannak a többiek... Ha akarnak, akkor vitatkozzanak csak egymással, egy szinten vannak... Nem állíthatjuk, hogy alaptalan ez az érvelés, csak éppen egyoldalúan megtagadja az eddigi kampányoknak azt a szokásrendjét, amelynek kialakításban a Fidesznek is nagy szerepe volt. Egykoron. Bármekkora is egy párt előnye a közvélemény-kutatók mérései szerint, azért a megmérettetést maga a választás jelenti. Ebben a folyamatban igenis jár a választónak az a jog, hogy megismerje a legesélyesebb jelöltek elképzeléseit. S nemcsak a szórólapok, plakátok, üzenőfüzetek, saját közönség előtt tartott beszédek jegyében – mert ezek mind-mind egyoldalú kommunikációs források, a meggyőzés jól ismert egyirányú eszközei. Hanem, járna még a VITA is, az a szituáció, amikor az ellenérdekű felek kíméletlen élességgel mutatják ki riválisaik mondanivalójának gyöngye pontjait is.¹⁸

2. S megfigyelhettünk még egy elvetélt kísérletet, amelyről már röviden említést tettünk: az úgynevezett Kubatov-ügyről. A szocialista párt 2002-ben és 2006-ban is nagyrészt megélt ellenfele hibáiból. A legutóbbi kampány során pedig mást sem tett, mint várta, várta a Fidesz különböző hibáit, tévedéseit, s amikor ezek rendre megérkeztek, akkor kíméletlen aprólékossággal kihasználta a kapott lehetőséget. 2010-ben az igazi és nagyon ütősnek szánt akciót

azonban a legutolsó hétre időzítették, s napra pontosan olyan tájolással, hogy az a legjobbkor, a kampánycsend előtti pillanatokban hasson, akkor, amikor már nem lesz remény kellő erejű ellencsapások megindítására. Öt nappal az első forduló előtt tört ki a Fidesz pártigazgatójának – egy hónappal korábbi, belső körök előtt tartott beszéde nyomán a botrány, miszerint a Fidesz nyilvántartaná az ellenfelei névsorát is. E tantörténet magán hordozza az ideai szocialista kampány összes vonását, megmutatja a korlátait, s kellően illusztratív a mechanizmus egészére nézve is.¹⁹

Van-e a két – megidézett – epizódnak közös tanulsága? Úgy véljük, igen. Valamennyi ügynek, fordulatnak éppenséggel lehetett volna sokkal nagyobb hatása is. Korábbi kampányokban ennél sokkal kisebb jelentőségű események nyomán százazrek politikai hajlandósága, fantáziája, érzelmei voltak megmozdíthatóak, akár még az utolsó napokban is... Ezúttal nem így lett, mert a választások legfontosabb kérdéseit a megelőző egy-két év változásai már megválaszolták, s a 2010-es kampányra már csak a finomhangolás feladata maradt. Azt pedig így, ezen a színvonalon, s ezzel az intenzitással is el lehetett végezni. S e helyzetben sem a kormányfő-jelöltek elmaradt vitája, sem pedig az ellenfél támogatóit név szerint nyilvántartani igyekvő kampánybuzgalom botrányának napvilágra kerülése sem tudott változtatni. Ellenfél nélkül a kampánynak sem lehet tétje.

JEGYZETEK ÉS IRODALOM

- ¹ Tandori Dezső: *Hódolat a Nap Cirkuszának*. A Népszabadság 2010. április 10-i számában megjelent verséből.
- ² A kampányok hazai szakirodalma sokoldalúan tisztázta ezeket az összefüggéseket. A 2006-os kampányról lásd:
Tükörrjáték. A 2006-os országgyűlési választási kampány elemzése. Szerk: Kiss Balázs, Mihályfy Zsuzsa, Szabó Gabriella. L'Harmattan. 2007.
 Török Gábor: *Pártok, stratégiák és taktikák. A 2006-os választási kampány politikai elemzése*. In: Parlamenti választások, 2006. Szerk. Karácsony Gergely, DKMKKA, 2006. 145–175.
 A 2002-es kampányról e sorok írójától:
 Kéri László: *Választástól népszavazásig*. Kossuth. 2005. 13–67.
- ³ Fabricius Gábor: *A kampány íze*. Népszabadság, 2010. márc. 20.
- ⁴ Dobszay János: *Márciusi tusa. Kampány: a második félidő*. HVG, 2010. márc. 20.
- ⁵ A Kubatov-ügy a választások első fordulója előtt néhány nappal pattant ki, s magán hordta a szocialista párt kampánystratégiájának a legfontosabb vonásait. A tanulmány záró pontjában – s a hozzá fűzött 19. számú lábjegyzetben – részletesen is megemlékezünk az eset lényegéről.
- ⁶ Ennek az átalakulásnak a legfontosabb szerkezeti vonásait, valamint az MSZP kampánylehetőségei beszűkülésének lényegét – igen jól ragadja meg az a nagy terjedelmű összeállítás, amely

- a Népszabadság 2010. május 15-ei számában található: *A médiakétharmad. A Fidesz és a sajtó* címmel.
- ⁷ Ilyen jellegű összeállítások voltak pl. Babus Endréé a HVG március 6-ai számában: *Titkok és ígéretet. A Fidesz társadalompolitikai víziója* címmel.
Egy héttel később: Farkas Zoltán: *A Fidesz gazdaságpolitikai víziója*. HVG: márc. 13.
Avagy a Heti Válasz febr. 13-ai számában közölt összeállítás: *A jövő mérnökei. 10 törvényt, amit a jobboldal azonnal megváltoztatna*.
- ⁸ A kétharmaddal kapcsolatos nagytömegű írások közül a kampány szempontjából fontosak:
Tóth Csaba: *A kétharmad ellenszere*. Népszabadság, 2010. jan. 3.
ifj. Korsós Antal: *Az elnöki köztársaság*. Népszabadság, jan. 18.
Kajdi József: *Hatékony hatalmat, vagy korlátlant?* Népszabadság, márc. 6.
- ⁹ Orbán Viktor: *Megőrizni a létezés magyar minőségét*. Nagyítás, febr. 17.
- ¹⁰ A Jobbik társadalmi háttéréről e folyóiratban nemrégiben jelent meg az eddigi legsokoldalúbb, empirikusan is alátámasztott elemzés.
Karácsony Gergely–Róna Dániel (2010) *A Jobbik titka. A szélsőjobb magyarországi megerősödésének lehetséges okairól*, Politikatudományi Szemle. 2010/1. 31–67.
- ¹¹ Bozóki András: *Miről szól a kampány?* Figyelő, 2010. márc. 11.
- ¹² A nyugdíjvita kampánybéli szerepét több kitűnő írás is összefoglalta:
Fekete Emese: *Demagógiától sújtva*. Figyelő, jan. 21.
Élő Anita: *Nyugdíjháború*. Heti Válasz, jan. 28.
Lakner Zoltán: *Nyugdíjvita*, Élet és Irodalom, jan. 28.
Molnár Patrícia: *Mire megvénülünk. Nyugdíjharc*. HVG: jan. 30.
13. Február 4. és 11. között valamennyi heti- és napilap bőséges terjedelemmel elemezte/kommentálta Hagyó Miklós bukását, ezek közül kiemelkedő színvonalú elemzés volt:
M. László Ferenc: *Kései sirató. Kísérlet Hagyó Miklós elbuktatására*. Magyar Narancs, febr. 4.
- ¹⁴ Bajnai Gordon: *A józan ész politikája*. Népszabadság, febr. 18.
- ¹⁵ Apró, de nagyon is jellemző adalék: a Figyelő című gazdasági hetilap – amely nem éppen a nyílt politikai elkötelezettségéről lenne híres – április 1-jei számának címlapján, Somogyi Zoltán és Karácsony Gergő címlapfotója mellett azt a kérdést tette fel: *Hol szúrta el az MDF és mitől esélyes az LMP?*
- ¹⁶ *Fidesz elszámoltatási lista: 10+1*. Népszabadság, márc. 27.
- ¹⁷ Id.m. HVG. márc. 20.
- ¹⁸ A vita elmaradásának okait, körülményeit, s lehetséges következményeit kimerítően megírta Kozák Márton – aki egyébként hosszú évek óta tagja az MTV kuratóriumának –, érvei közül ezúttal megelégszünk egyetlen szempont megidézésével: egy esetleges Orbán-Vona élő vita ezerszer többet elárulhatott volna a két párt konfliktusos viszonyáról, mint száz meg száz vitacikk. Egyetlen Bokros-Orbán-vitából sokkal többet tanulhatott volna a választó a különféle gazdaságpolitikai alternatívák esélyeiről, mint számtalan egyéb választási műsorból. *Kozák Márton: 150 perc. Vita nincs. A köztév és a választás*. Magyar Narancs, 2010. ápr. 8.
- ¹⁹ Ez az ún. Kubatov-affér is feltűnően magán hordozta a korábbi szocialista kampánytermékek valamennyi – kizárólagos – szerzői jegyét. S, hogy mégsem sikerült? Nos, ennek legalább fél-tucatnyi oka lehetséges. Egyik sem sorsdöntő, de együtt igencsak komoly megfontolásra kész-

tető. 1. Ezúttal csak a balliberális média kapta fel az esetet, s ennek a hallgatottsági/nézettségi köre össze nem volt vethető a négy évvel korábbiakéval. A szinergikus hatások is csak erre az egy zárt körre voltak érvényesek, ott, ahol a választói szándékok már eleve adottak voltak. 2. Ezúttal a bulvár- és a kereskedelmi média sokkal távolságtartóbb volt, s nem érezte feladatának a kampány utolsó 48 órájának egyértelmű hangsúlyeltolását. Korábban ez nem így volt, ezért a máig híres példák (a köteles beszéd, illetve a Mikola-ámokfutás) annak idején sokkal nagyobb hatást tudtak elérni. Azok is hallottak róla, akik semmit sem láttak, hallottak, mert eme botrányokkal a kereskedelmi média betérítette az üres médiatereket is. Most viszont nem. 3. A botrány összes végiggondolt elemével együtt beleolvadt a pártok kampányzáró rendezvényeinek emelkedett univerzumába, ahol legfeljebb színezékként hathatott, de meghatározó eseményként semmiképpen sem. 4. Szerdán elindított akcióként eleve kimaradt a hetilapok ráerősítő/újrateremtő/vizuálisan is felfokozó hatása, pedig ma már a balliberális médiában ez a szegmens maradt a legerősebb. Erre az ügyre már sem a Magyar Narancs, se a 168 óra, sem a HVG, sem az És nem reagálhatott, s ezzel a botrány meg lett fosztva a legfontosabb támaszától: a folyamatos értelmezés/framing/átértelmezés/veszélybeszéd/napirend-fontosság-tudat segédeszközeitől. 5. Az internetes fórumok szintén nem nyújtottak túl nagy segítséget: pontosabban szólva csak a baráti internet vette komolyan az egész spint. A stop.hu-n /Oroszi Anett/ ápr. 8-án már azzal a hangzatos címmel ünnepelte az egészet: miszerint: *Óriási botrány! Bedőlhet a kétharmad??? Visszajött az MSZP!* Vagyis a kampánystáb legszebb álmait gondolta azonnal hírré transzformálni. A Népszava online-on, meg az ATV.hu-n – szintén drámai volt a helyzet: *„Folytatódik a fideszes botrány! Újabb leleplező anyag!* (vezető hírként). Bolgár György másnap már arról panaszkodik, hogy a „kertévek sajnálatos módon hanyagolták a hírt” és ez borzasztó... (*„Nem olyan nehéz balra szavazni”* – Népszava, ápr. 09.). Az Index-en nem volt vezető anyag, hanem a „kampány – jobb/bal” oldalakon hozták mindkét párt feljelentéseit, s a terhelő videókat – de olyan távolságtartással, amelyből azt lehetett kivenni: egyik kutya, másik eb... Az Origo-nál ugyan vezető hír volt három napig, de mind a két párt stiklrije az volt, s az anyagok többségéből nem lehetett kivenni az óriási tétet. A Portfolio.hu-n az egész problémakör átszorult az aktuális blogok vitatémái közé, ott aztán gátlástalanul anyázhatták egymást a hívek meg a szkeptikusok.

Összességében a legolvasottabb netes portálokon a Kubatov-ügy nem állta ki a mindent el-sóprően fontosnak minősülő hírcsokor próbáját, hanem sokkal inkább a fanyalgás, a gyanakvás és az egészséges távolságtartás jegyében azt érzékeltették, mintha ez az egész valami tisztázatlan eredetű, mesterségesen keltett botránynak minősülne. Ez a közöny végül megadta az egész – amúgy jól felépített és hallatlan pártaktivitással kivittelezett – álbotránynak a végső kegyelemdőfést. Az lett belőle, mint az elmúlt négy év szinte valamennyi kormányzati oldalról kezdeményezett hasonló pr-akciójából: nagy hanggal indult, sokat ígérőnek tűnt, s egy-két nap után nyom nélkül enyészett el.

Epilógus. Az első forduló után – április 13-án, kedden – a Legfelsőbb Bíróság megsemmisítette az OVB csütörtöki döntését, mert nem látta bizonyítottnak az eredeti panaszt. Az adatvédelmi ombudsman helyszíni szemlét tartott a Fidesz székházában, s ő sem talált alternatív és jogellenes adatbázist. Ugyanezen a napon az OVB – a Fidesz korábbi panasa okán – feljelentést tett az MSZP ellen is. Másnap, április 14-én Uj Péter a Népszabadságban gyilkos szatí-

rát írt az egészről: *ŐS patkány terjeszt kórt* címmel... (S lerakódik, mint a Kubatov, keményen, vastagon.)

A jegyzetekben hivatkozott több tucatnyi íráson túl még a további irodalom olvasása ajánlható hasznos forrásként a 2010-es kampányról:

Kampánykörkép. Népszabadság, 2009. dec.10.

Díszcsomagolás. Kampánykörkép – a kezdetek előtt. HVG. 2009. dec. 19.

Kijáratot keresve. Magyar Narancs, 2010. jan. 14.

Lótávolság. Kampánykezdet. Figyelő, 2010. jan. 21.

Pártcsalik. Figyelő, 2010. febr. 4.

A rutin sara. Magyar Narancs, 2010. febr. 18.

Kampánystratégiák-kétfelől. Népszabadság, 2010. febr. 15.

Lengyel László: Pannónia, Hunnia, Budapest. Népszabadság, 2010. febr. 25.

Tölgyessy Péter: Egyedül lesz közben. Magyar Narancs, 2010. márc. 25.

Lengyel László: A második front. Népszabadság, 2010. márc. 26.

Gombot a kabáthoz. Pártok és gazdaság. Figyelő, 2010. ápr. 1.

Bálabontás a turkálóban. Választási programok. Magyar Narancs, 2010. ápr. 8.